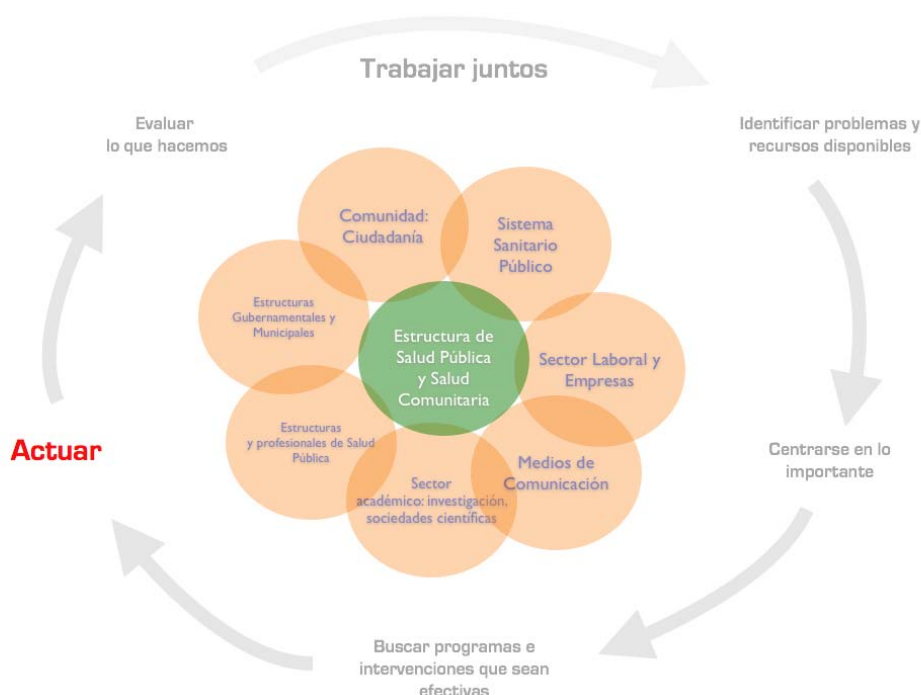




## Actuar en lo que es importante



Una vez que se haya decidido que intervención o programa se adapta mejor a tu comunidad el siguiente paso es empezar a trabajar en la implementación de dicha actividad. Hay que tener en cuenta que cierta medida cada comunidad es única. Los County Health Roadmaps señalan que “no hay una talla única” por lo que cada grupo debe adoptar y adaptar sus peculiaridades en la construcción de un proyecto.

Es una parte que es compleja dado que hay diferentes modelos de planificación, programación, elaboración de proyectos... Trataremos de seguir una secuencia muy sencilla dejando bibliografía disponible para aumentar

### Por tanto el objetivo de este apartado es:

Actuar. Asegurarse que las intervenciones, políticas o programas seleccionados se adoptan, se implementan, se mejoran y se mantienen en orden a alcanzar los resultados pretendidos.

## Actividades clave:

### 1. Define claramente tu estrategia: qué quieres alcanzar y por qué

Es el momento de decir qué quieres alcanzar y cómo lo quieres hacer. Existen múltiples formas de elaborar un proyecto.

La complejidad en la redacción en los mismos, la utilización de documentación complementaria, de software de apoyo de herramientas de visualización de los logros conseguidos depende mucho de los recursos disponibles en tu grupo. Una regla básica es tener buena respuesta para las preguntas “Qué, quién, cómo, dónde, cuándo” y antes de hacerlas y también al haberlas respondido “por qué”.

Algunos modelos de planificación como el [Marco Lógico](#) pueden ser de utilidad y ofrecer herramientas visuales de análisis de problemas y propuestas a los mismos.

[El PACAP da unas recomendaciones muy intuitivas](#) (pag 39) sobre cómo llevar a cabo las primeras intervenciones

[Guía para el desarrollo de intervenciones comunitarias](#) de la “Caja de herramientas comunitarias”

### 2. Identifica a quién tienes que influenciar para lograr éxito en tus actividades

Este es un tema que en otros contextos geográficos es considerado clave y que en nuestro país no ocupa demasiado tiempo en las planificaciones o evaluaciones de intervenciones comunitarias.

La Organización Mundial de la Salud define la “Abogacía” o la “Promoción de la causa de la salud” como “*Una combinación de acciones individuales y sociales destinadas a conseguir compromisos políticos, apoyo para las políticas de salud, aceptación social y apoyo de los sistemas para un determinado objetivo o programa de salud*”



Es importante desarrollar un mapa con los agentes clave con tres preguntas muy claras:

*¿A quién queremos influenciar y conseguir que apoyen el proyecto?*

*¿Quiénes son nuestros aliados?*

*¿Quiénes se oponen al proyecto?*

- [Principios de abogacía](#) de la Caja de Herramientas Comunitarias: [Reconocer aliados](#), [Identificar oponentes](#), [Fomentar la participación tanto de potenciales oponentes como de aliados](#).
- [Un esquema para la identificación de alianzas y resistencias](#) del M+R Strategic Services

### 3. Establece un plan de comunicación con las agentes clave y con la población general.

Los planes de comunicación pueden tener mayor o menor complejidad según el tipo de grupo, el tipo de proyecto, la entidad que lidera el grupo y los recursos disponibles.

Como el punto anterior suele ser un aspecto bastante descuidado por las organizaciones (e incluso poco mimado en organizaciones gubernamentales).

La secuencia básica que se plantea en la guía de los County Health Roadmaps es la siguiente:

- Identifica el objetivo de tu comunicación
- Identifique a tu audiencia.
- Planifica y diseña el mensaje.
- Tener en cuenta que recursos tenemos
- Valorar obstáculos y situaciones de emergencia.
- Elaborar estrategias cómo se va a conectar con los medios de comunicación y con otros sectores que nos pueden ayudar a difundir nuestro proyecto



Las nuevas tecnologías han hecho que las nuevas tecnologías, las redes sociales, la web social sean canales básicos para presentar y difundir información.

Aunque ya haya algunos intentos de [definir guías de estilo para el uso de redes sociales](#), la situación es de transición y las grandes agencias de salud están aún en fase de adaptación al uso de los nuevos canales.

Ciertos proyectos de intervención comunitaria, pequeños, más locales, más dinámicos, probablemente van a tener más flexibilidad para el uso de la web social que grandes organizaciones más estáticas.

[Proyecto Fresneda](#) es una intervención de promoción de la salud desarrollada en Asturias que ha utilizado desde su inicio una línea de presencia activa en redes sociales.

#### 4. Genera un plan de acción donde todo el mundo sepa qué tiene que hacer

Esta es una parte nuclear de este capítulo. El plan de acción describirá qué hacer, quién lo tiene que hacer.

Como ya señalamos antes: Una regla básica es tener buena respuesta para las preguntas “Qué, quién, cómo, dónde, cuándo” y antes de hacerlas y también al haberlas respondido “por qué”.

Es el momento de pasar de una estrategia amplia a actuaciones concretas, específica, alcanzables, realista y marcarlas en tiempo (SMART: specific, measurable, achievable, realistic, time-determined).

En todas ellas habrá que pensar en los otros puntos de este apartado (comunicación efectiva, abogacía con agentes clave, líneas presupuestarias, comunicación de progresos...)

El formato en cómo se diseña y se dibuja esta parte es único para cada proyecto, de tal forma que dependerá mucho de la formación de los miembros del equipo (puede haber un diseño más orientado a la elaboración de programas de salud comunitaria, metodologías de calidad y gestión por procesos, enfoque del marco lógico o metodologías mixtas)

- [Materiales para desarrollar una intervención comunitaria](#) de la “Caja de Herramientas Comunitarias”
- [Guía de documentación de iniciativas de promoción de la salud](#) de la Organización Panamericana de la Salud



- [Aprendiendo a promover la salud](#). Manual de iniciación en metodologías de promoción de la salud. [Para planificar un programa de capacitación. Capítulo 3](#) de Aprendiendo a promover la salud de Healthwrights
- [Método del marco lógico de la Agencia Sueca](#) de Desarrollo Internacional
- [Community Health Assessment and Group Evaluation \(CHANGE\) Action Guide](#) de los CDC
- [Quint-essenz Project Manager tool](#): herramienta del Servicio de Promoción de la SALud de Suiza

## 5. Comunica los progresos

Exista o no plan de comunicación sí es importante una línea básica de comunicación de los progresos del proyecto.

Esta línea, amena, periódica, accesible, facilita la transparente, periódica y amena de los progresos que vaya teniendo el proyecto.

Los canales de difusión pueden ser múltiples a través de canales convencionales o través de internet: directorios de correos electrónicos, boletines electrónicos, blogs y páginas web, canales en redes sociales (facebook, twitter).

Otro objetivo de esta comunicación, además de transmitir información sobre el proyecto, es favorecer la visualización de

El [Observatorio de Salud en Asturias](#) actualmente integra diferentes canales para difundir información: página web, un blog con noticias periódicas, canal en twitter, canal en Facebook, mapas con geolocalización de diferentes actividades comunitarias, videos de algunas experiencias en youtube (desarrollados por Partycipa), boletines electrónicos periódicos y desarrollo de una aplicación para smartphones para geolocalizar indicadores de situación de salud y recursos saludables y activos de salud.

## 6. Cuenta la historia del proyecto, comunica los éxitos.

Es importante destacar y comunicar los progresos y sobre todo las experiencias de buena práctica y experiencias exitosas que se han realizado.

[County Health Rankings](#) siempre ha hecho buen uso del material audiovisual para narrar historias de cómo se han ido desarrollando actuaciones en diferentes concejos y cómo se utiliza la herramienta de los CHR.

Contar historias es una buena forma de hacer entender a la población general (y también a profesionales) en qué consiste el proyecto, qué se está haciendo, quién participa, las emociones que se genera al trabajar en algo de forma conjunta y con una visión común.

- [Your stories. County Health Rankings](#)
- [Usar historias para inspirar el cambio](#)
- Canal de Partycipa en Youtube narrando diferentes [intervenciones comunitarias en salud](#) y [experiencias participativas](#) que se desarrollan en Asturias.
  
- [Asturias Health Observatory](#). Storytelling del Observatorio utilizando la herramienta Storify y contando esquemáticamente la historia del proyecto del Observatorio
- [10 tácticas para transforma la información en acción](#) del Tactical Technologic Collective, donde se presenta de forma muy sencilla 10 pasos de acción y qué tecnologías pueden utilizarse para difundir mensajes.

## 7. Recopila la documentación y difúndela

Si el proyecto tiene materiales específicos trata de difundirlos, dejarlos visibles y compartirlos.

[SIPES](#) es una gran base de datos desarrollada desde el Servicio de Promoción de la Salud del Ministerio de Salud que recopila diferente información sobre actividades y recursos de promoción de la salud en España.

Algunas bases de diferentes comunidades autónomas guardan excelente documentación relacionada con sus proyectos.



Compartir estos materiales pueden ser de valiosa utilidad para otros proyectos similares y para evitar duplicar documentación que ya esté editada en otros sitios

Asturias Actúa y la Red de Actividades Comunitarias del PACAP han iniciado un proyecto para tratar de sumar las diferentes actividades comunitarias incluidas en ambas.

#### **Actuar en lo que es importante. Recursos de interés:**

- [Act's on what's important](#) Community Health Rankings and Roadmaps
- [Cómo iniciar un proceso de intervención / participación comunitaria desde un centro de salud](#). Recomendaciones del Programa de Actividades Comunitarias en Atención Primaria de la Sociedad Española de Medicina Familiar y Comunitaria.
- [Materiales para desarrollar una intervención comunitaria](#) de la “Caja de Herramientas Comunitarias”
- [Guía de documentación de iniciativas de promoción de la salud](#) de la Organización Panamericana de la Salud
- [Aprendiendo a promover la salud](#). Manual de iniciación en metodologías de promoción de la salud. [Para planificar un programa de capacitación. Capítulo 3](#) de Aprendiendo a promover la salud de Healthwrights
- [Método del marco lógico de la Agencia Sueca](#) de Desarrollo Internacional
- [Community Health Assessment and Group Evaluation \(CHANGE\) Action Guide](#) de los CDC
- [Quint-essenz Project Manager tool](#): herramienta del Servicio de Promoción de la Salud de Suiza
- [Marco lógico: plantillas y ejemplos](#) del Program Development and Evaluation de la University of Wisconsin-Extension
- [Curso crítico de programación en Salud Pública](#). Javier Segura del Pozo en Salud Pública y algo más
- [Curso de Desarrollo Comunitario](#) por Javier Segura del Pozo en su blog Salud Pública y algo más
- [Theory of Change: A Practical Tool For Action, Results and Learning](#) por Organizational Research Services
- [A glass half-full: how an asset approach can improve community health and well-being](#). Manual sobre diferentes metodologías empleadas para reconocer los activos en salud de una comunidad.
- [Guía de usos y estilos de redes sociales](#) de la Generalitat de Cataluña.
- [Your stories. County Health Rankings](#)
- [Usar historias para inspirar el cambio](#) de Prevention Speaks.
- Canal de Partycipa en Youtube narrando diferentes [intervenciones comunitarias en salud](#) y [experiencias participativas](#) que se desarrollan en Asturias.



- [Asturias Health Observatory](#). Storytelling del Observatorio utilizando la herramienta Storify y contando esquemáticamente la historia del proyecto del Observatorio
- [10 tácticas para transforma la información en acción](#) del Tactical Technologic Collective, donde se presenta de forma muy sencilla 10 pasos de acción y qué tecnologías pueden utilizarse para difundir mensajes.
- [Plantilla de diagrama de Gantt](#) para Excel de Vertex42
- [Cómo crear objetivos SMART utilizando un diagrama en árbol](#).